

# **DATEN UND FAKTEN ZUR INTERNETNUTZUNG IM MAI 2016 AUF BASIS VON NIELSEN DIGITAL CONTENT MEASUREMENT**

Mit dem Schwerpunkt „TV-Angebote im Internet“

## Nutzung der Top TV-Angebote im Internet

- > Die Internetauftritte des ZDF führen im Mai 2016 die Top 40 TV-Angebote im Internet mit 2,3 Mio. Unique User an. Auf dem zweiten Platz folgt das zur RTL Mediengruppe gehörende Nachrichtenportal n-tv.de mit 2,2 Mio. Unique User.
- > Bei der Nutzungsdauer liegt die Website tvnow.de auf Platz eins. Das Portal tvnow.de vereint die Mediatheken der RTL-Sendergruppe.
- > RTL.de verzeichnet 1,9 Mio. Unique User und erreicht damit Platz 7 in diesem Ranking. Die Online-Angebote von Sat.1 und ProSieben liegen mit einer Nettoreichweite von 1,8 bzw. 1,7 Mio. Nutzern auf den Rängen 9 und 10.
- > In den Top 20 TV-Angeboten im Internet ist das Verhältnis zwischen den Angeboten der öffentlich-rechtlichen Anstalten und den privaten Sendern nahezu ausgeglichen.

## Top 40 Angebote der TV Sender\* im Internet

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
1	ZDF	2.322	4,3	81.977	00:35:18
2	n-tv.de	2.167	4,0	69.926	00:32:16
3	WDR	2.041	3,8	47.106	00:23:04
4	NDR	2.017	3,7	25.323	00:12:33
5	SWR	1.975	3,6	24.084	00:12:11
6	tvnow.de	1.959	3,6	122.344	01:02:27
7	RTL.de	1.919	3,5	34.245	00:17:50
8	sky deutschland	1.883	3,5	52.676	00:27:58
9	Sat.1	1.776	3,3	58.721	00:33:04
10	ProSieben	1.735	3,2	52.307	00:30:09
11	Sport1	1.473	2,7	43.878	00:29:47
12	BR	1.459	2,7	19.376	00:13:16
13	DasErste.de	1.392	2,6	29.015	00:20:50
14	MDR	1.296	2,4	17.469	00:13:28
15	ARD Mediathek	1.219	2,2	41.070	00:33:41
16	Tagesschau	1.114	2,1	22.465	00:20:09
17	N24	1.114	2,1	20.874	00:18:44
18	ARD.de	773	1,4	4.037	00:05:13
19	Sportschau	739	1,4	12.231	00:16:33
20	VOX	624	1,2	12.898	00:20:40

\*) öffentlich-rechtliche Sender inkl. Hörfunk

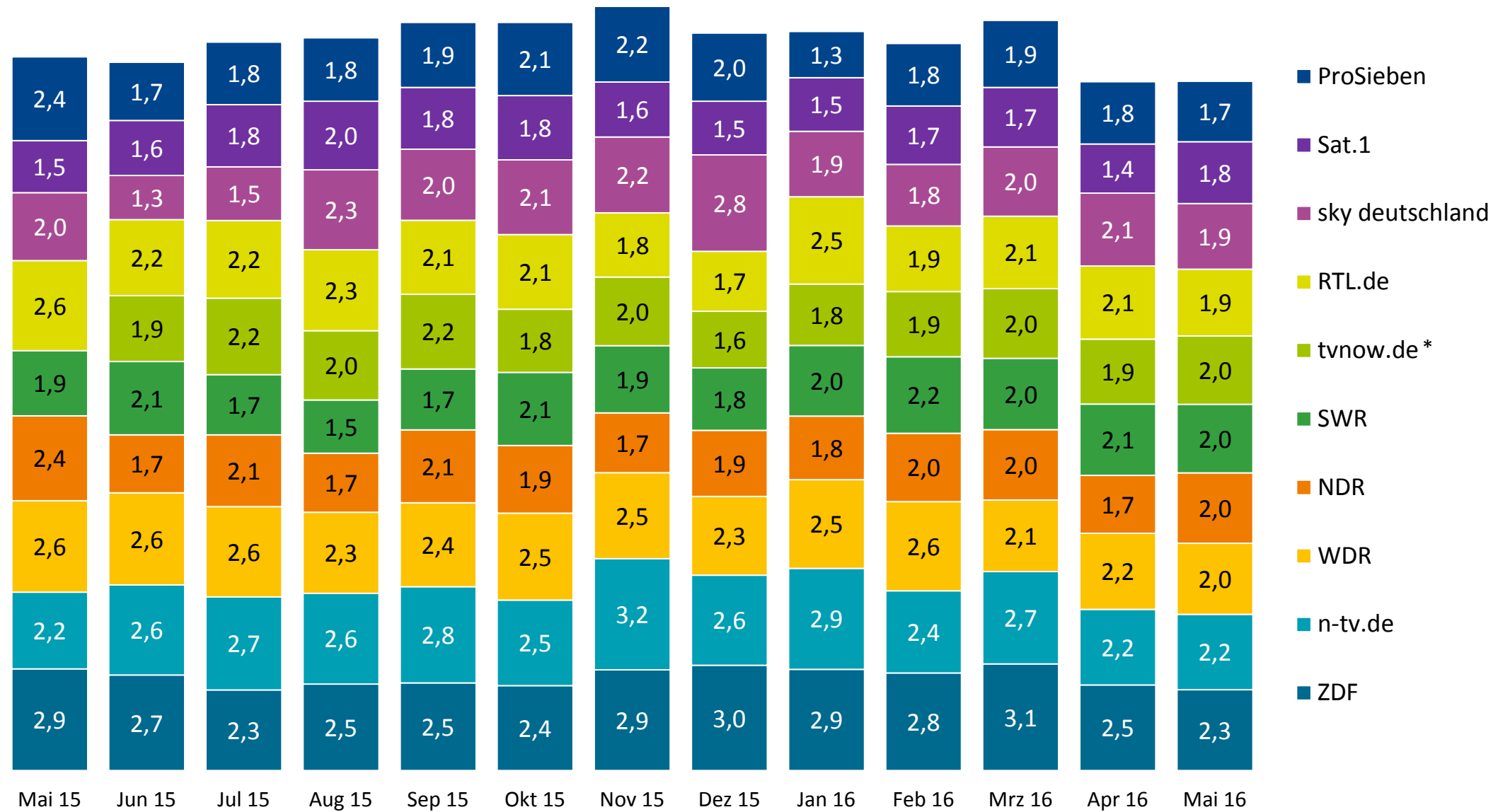
## Top 40 Angebote der TV Sender\* im Internet

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
21	Kabel eins	458	0,8	6.192	00:13:31
22	TOGGO(Super RTL)	422	0,8	13.301	00:31:31
23	BBC	420	0,8	6.390	00:15:12
24	sixx.de	411	0,8	15.388	00:37:28
25	RBB	410	0,8	5.361	00:13:03
26	Disney.de	397	0,7	14.971	00:37:40
27	Eurosport	395	0,7	6.315	00:15:58
28	HR	384	0,7	2.948	00:07:41
29	DasErste Mediathek	382	0,7	12.007	00:31:28
30	Hessenschau.de	371	0,7	3.833	00:10:20
31	Deutsche Welle	349	0,6	1.620	00:04:38
32	RTL 2	349	0,6	3.558	00:10:11
33	Arte	298	0,5	4.862	00:16:19
34	ORF.at	295	0,5	3.406	00:11:33
35	KI.KA	280	0,5	5.861	00:20:55
36	Discovery Networks International	275	0,5	10.583	00:38:30
37	RT.com	258	0,5	3.413	00:13:14
38	VIVA.tv	233	0,4	2.097	00:09:00
39	Nickelodeon Kids & Teens	222	0,4	22.292	01:40:20
40	MTV Music Group	219	0,4	1.129	00:05:09

\*) öffentlich-rechtliche Sender inkl. Hörfunk

# Reichweitenentwicklung der Top 10 TV-Angebote

Unique Audience in Mio.



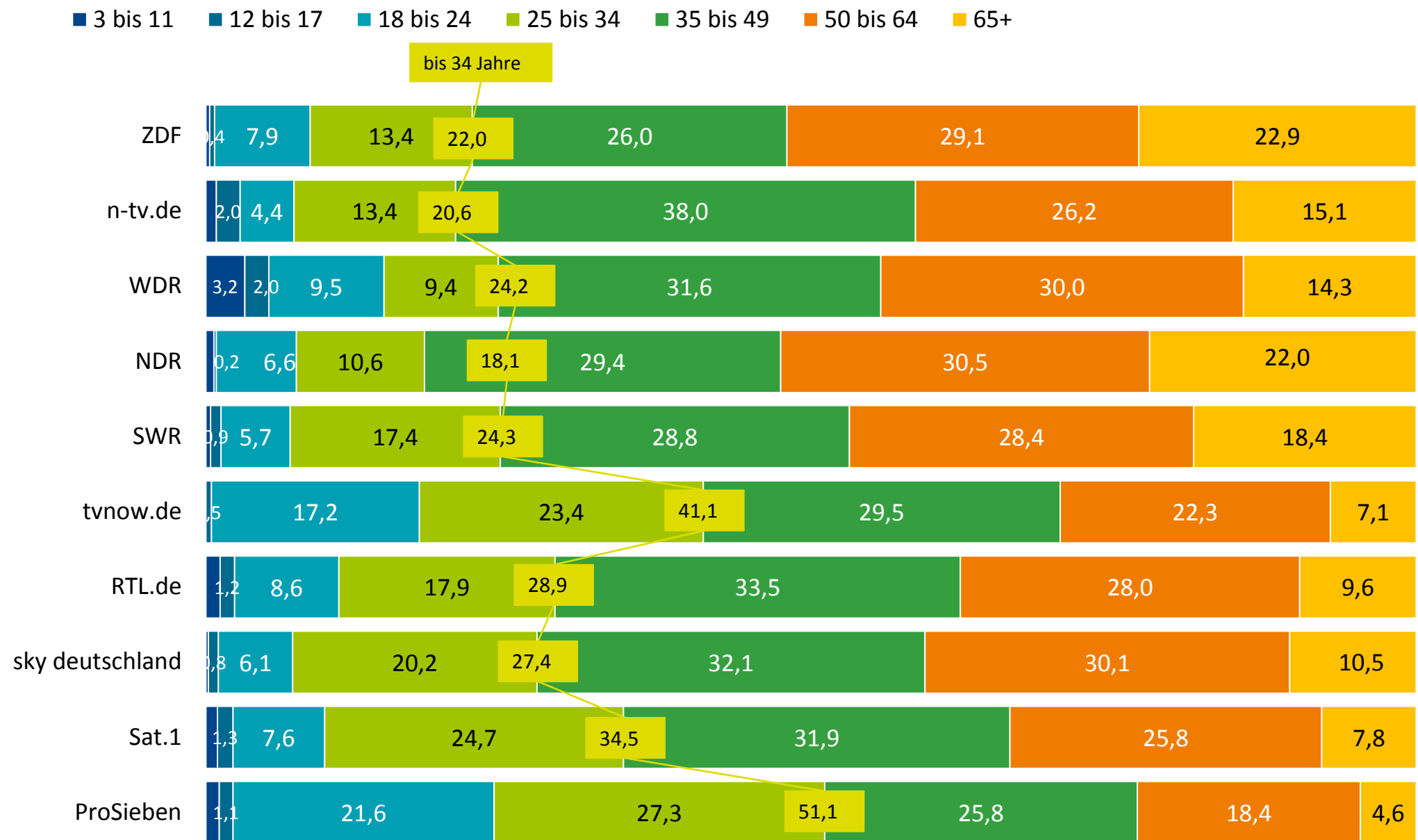
\*) Erhebung der Daten ab Juni 2015

## Nutzung der Top 10 TV-Angebote im Internet

- > Betrachtet man die Altersstruktur, so zeigt sich, dass die privaten Angebote tvnow.de und ProSieben im Vergleich zu den Internetauftritten der Öffentlich-Rechtlichen deutlich stärker von Jüngeren genutzt werden. Drei Viertel der Nutzer von ProSieben waren im Mai 2016 jünger als 50 Jahre. Demgegenüber ist die Gruppe der über 65-Jährigen unter den Nutzern der öffentlich-rechtlichen Internetseiten deutlich stärker vertreten.
- > Bei der Geschlechterverteilung zeigt sich, dass Männer deutlich stärker die Angebote von ZDF, n-tv.de, SWR und Sky Deutschland nutzen. Demgegenüber sind die Frauen bei der Nutzung von tvnow.de und ProSieben klar in der Überzahl.

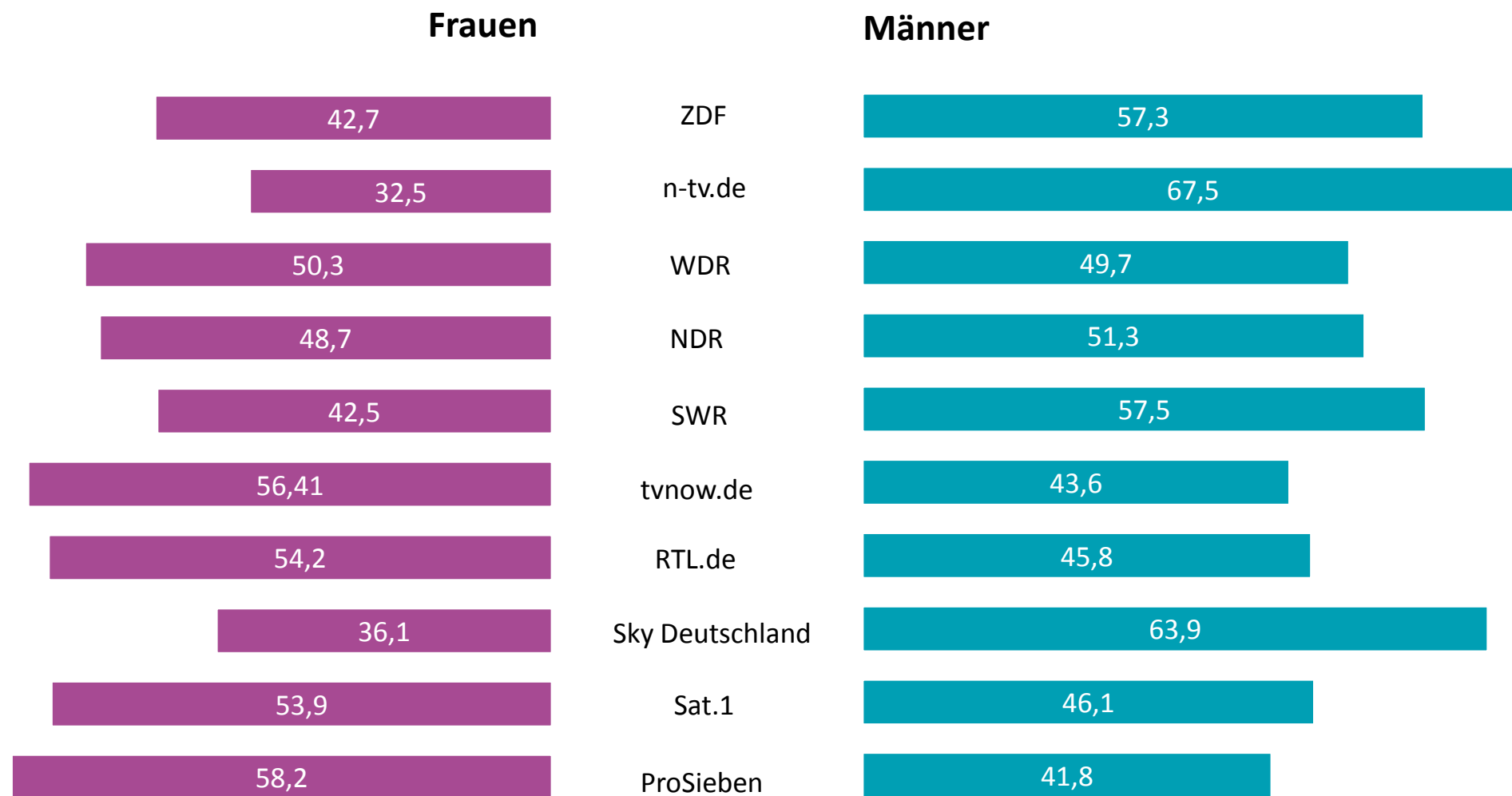
# Altersstruktur der Top 10 TV-Angebote

In Prozent



# Nutzerstruktur der Top 10 TV-Angebote nach Geschlecht

In Prozent



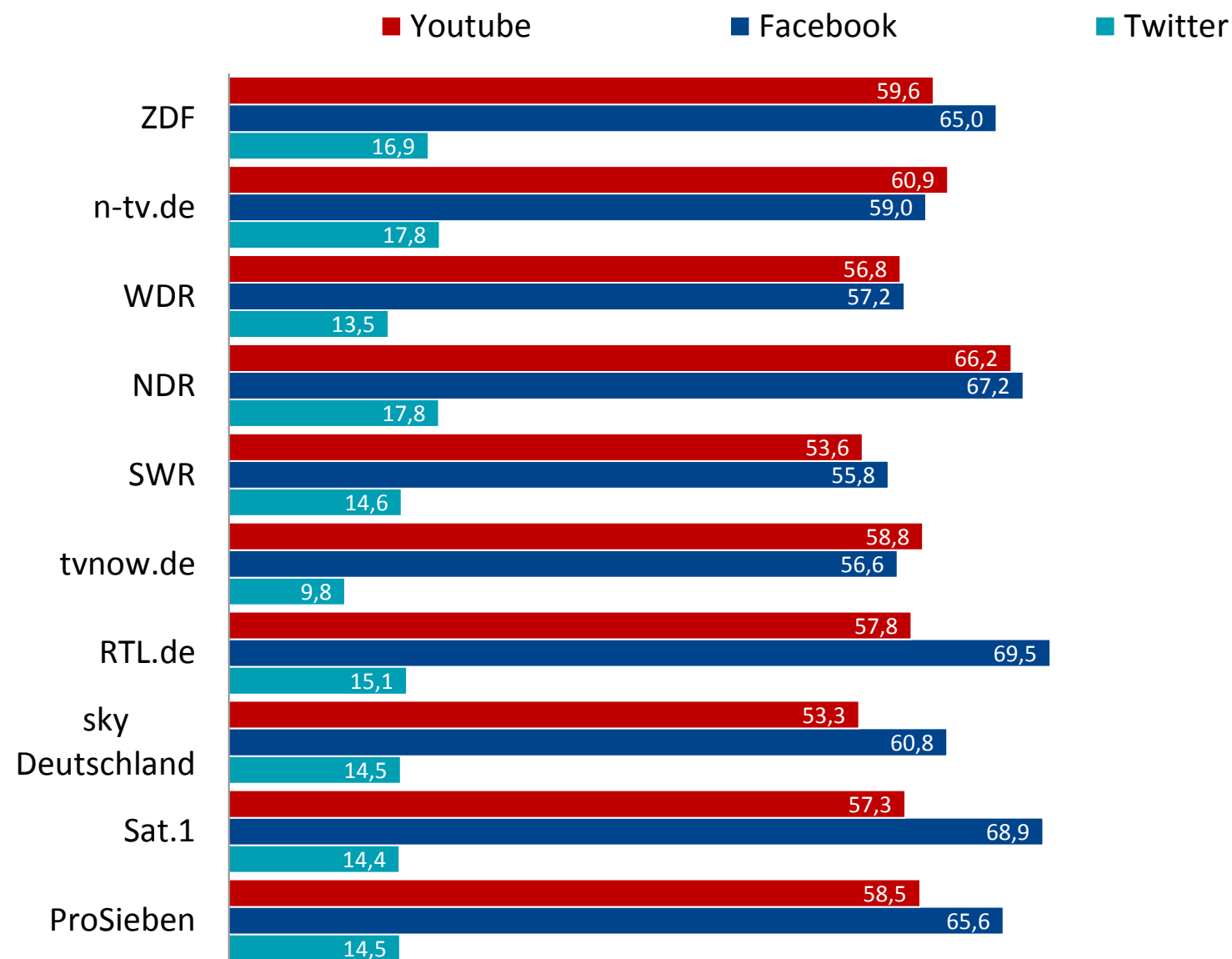


## Überlappende Nutzung der Top 10 TV-Angebote mit Facebook, Twitter, YouTube

- > Mehr als die Hälfte der Nutzer der Top 10 Fernsehangebote haben im Mai 2016 auch YouTube und Facebook mindestens einmal aufgerufen.
- > Facebook hat einen deutlichen Vorsprung vor der Videoplattform YouTube unter den Nutzern von RTL.de und Sat.1.
- > Der Kurznachrichtendienst Twitter erzielt seine höchste Reichweite bei den Nutzern der Portale n-tv.de und NDR.
- > Betrachtet man umgekehrt, wie Facebook, YouTube und Twitter-User die Top 10 TV-Angebote nutzen, so fällt auf, dass die Nutzer von Twitter verglichen mit denen von Facebook und YouTube deutlich stärker auf Fernsehinhalte im Internet zugreifen.

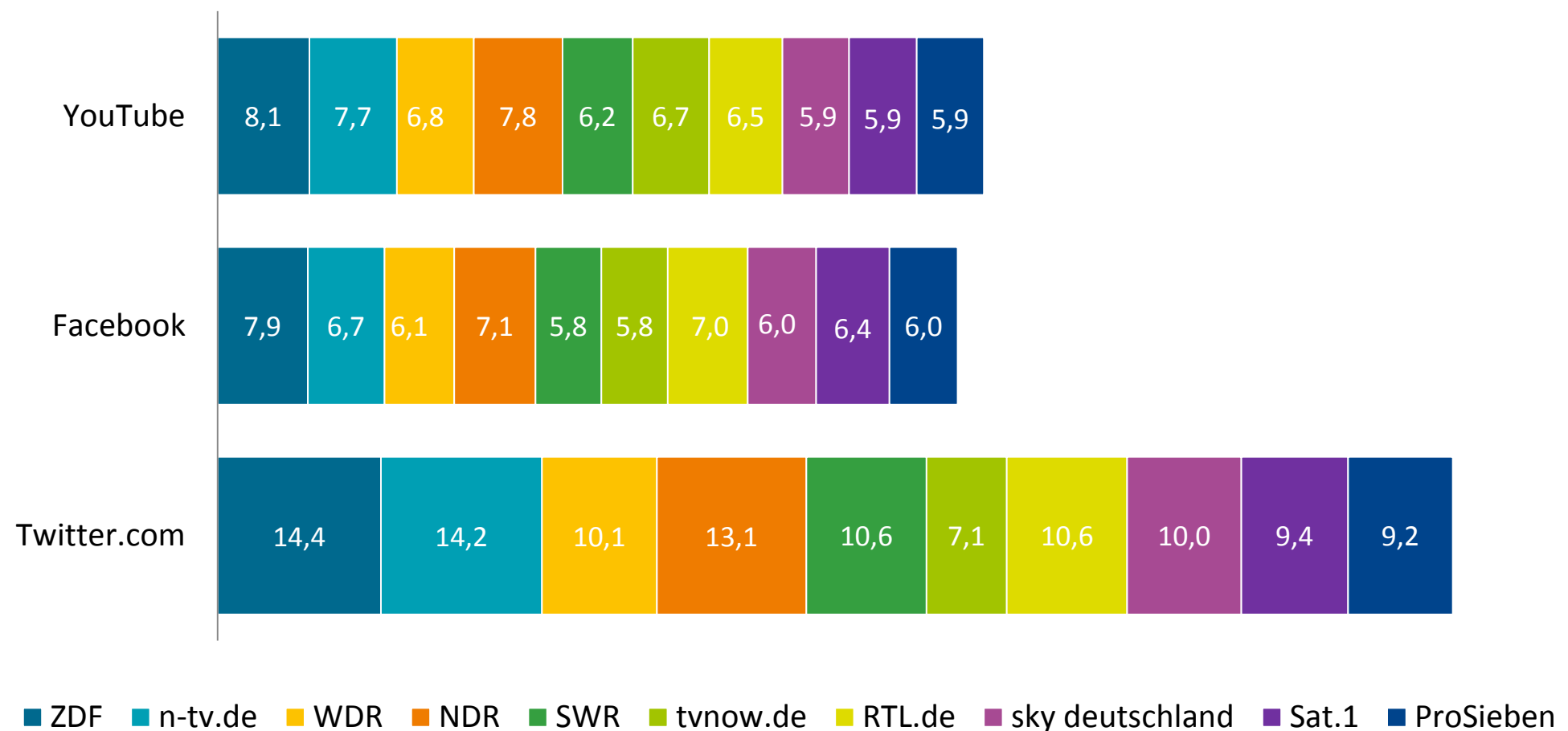
# Nutzung von YouTube, Facebook und Twitter durch User der Top 10 TV-Angebote

Mehr als die Hälfte der Nutzer der Top 10 Fernsehangebote im Internet nutzt auch YouTube und Facebook



# Nutzung der Top 10 TV-Angebote durch YouTube-, Facebook- und Twitter-User

Twitter-User nutzten die Top 10 Online TV-Angebote relativ betrachtet mehr als die User von Facebook und YouTube

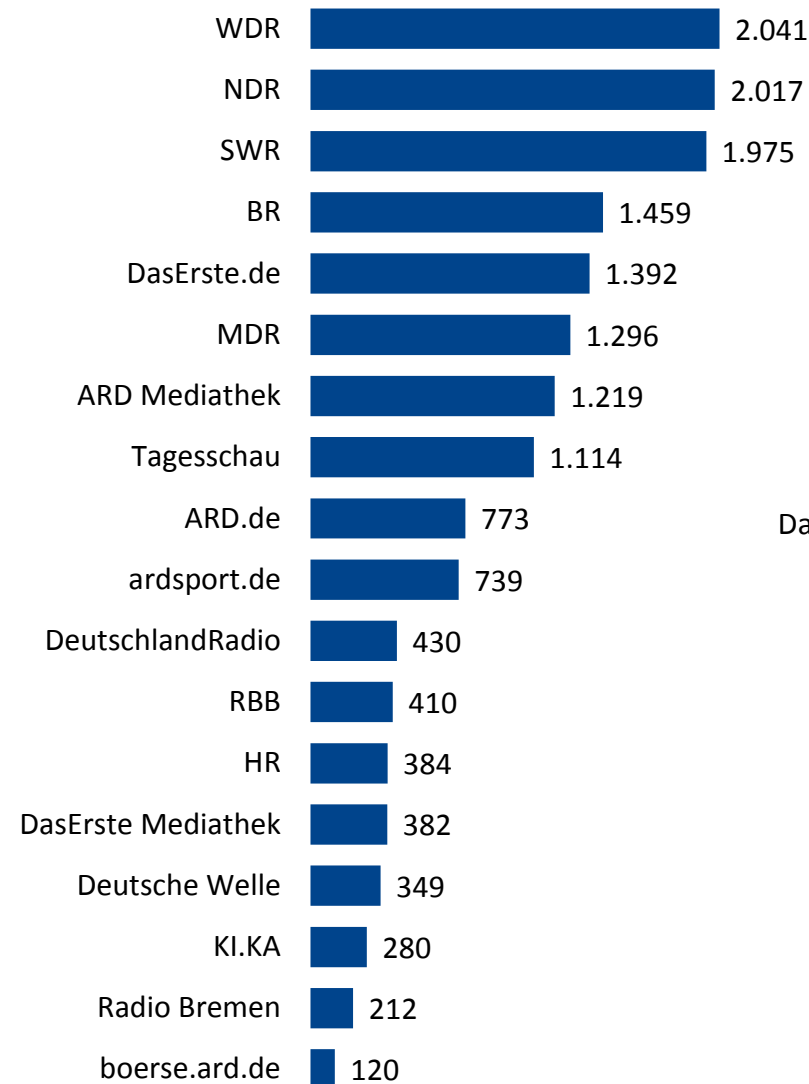


## Öffentlich-rechtliche und private TV-Veranstalter im Internet

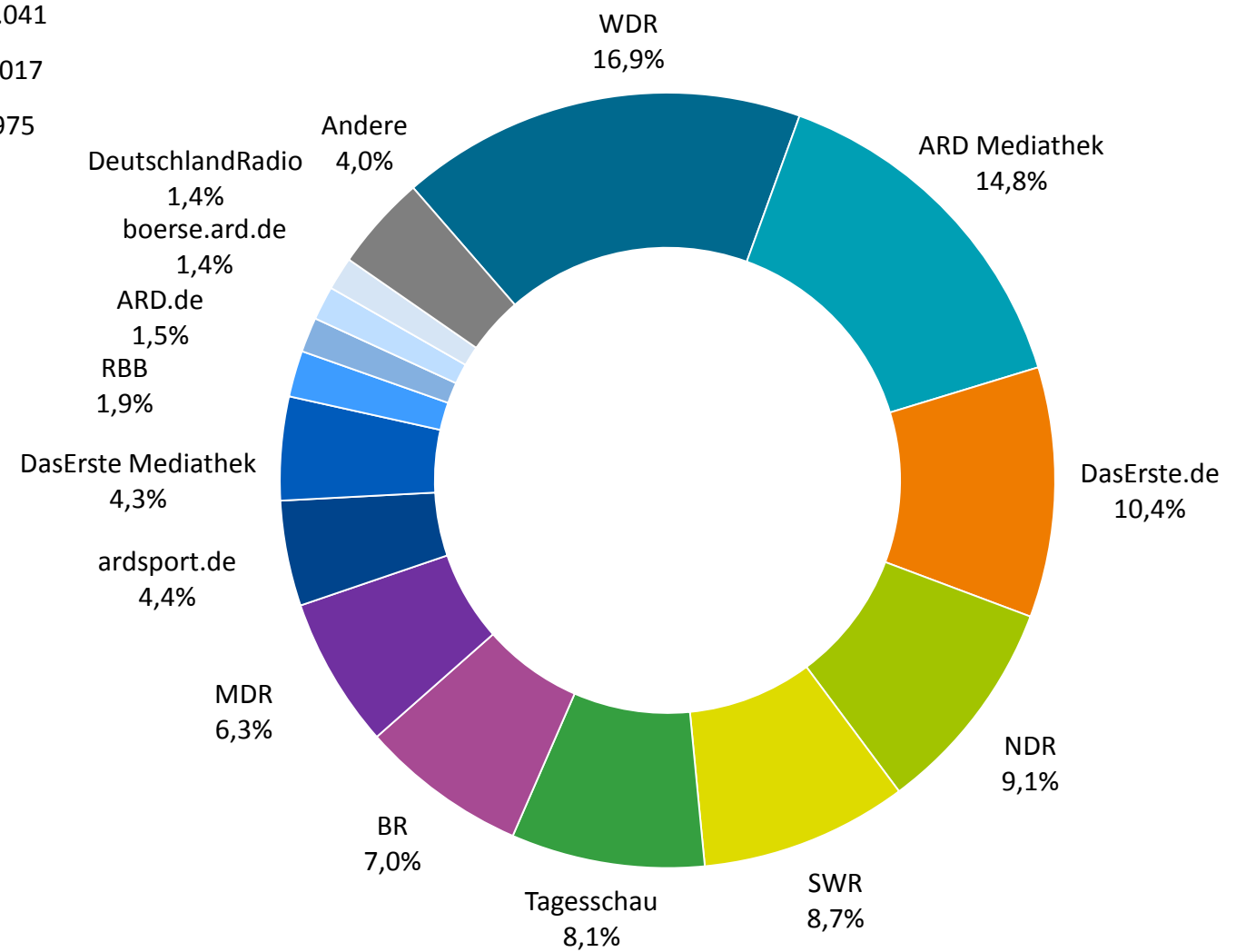
- > Unter den Landesrundfunkanstalten der ARD erzielten die Online-Angebote von WDR, NDR und SWR im Mai 2016 mit jeweils rund 2,0 Mio. Unique User die größte Reichweite. Darin enthalten sind auch die jeweiligen Hörfunkangebote. Unter der ARD Dachmarke werden zudem mehrere eigenständige Online-Angebote betrieben (dasErste.de, Tagesschau, ardsport.de, ARD.de, ARD Mediathek).
- > Die reichweitenstärkste Seite des ZDF ist der Online-Auftritt zdf.de mit 2,1 Mio. Unique User. Erst mit großem Abstand folgen die Angebote ZDFheute, ZDFsport und ZDFneo. Zum ZDF Verbund werden auch die Web-Auftritte von 3sat (174 Tsd. Unique User) und Phoenix (59 Tsd. Unique User) gezählt.
- > Die privaten TV-Vermarkter RTL und ProSiebenSat.1 betreiben neben den reinen TV-Marken zusätzliche online-only Angebote sowohl mit TV-Bezug (z.B. Clipfish, Maxdome, MyVideo) als auch ohne TV-Bezug (z.B. wetter.de, Kochbar oder Browsergames).
- > Innerhalb von RTL-Network generiert wetter.de mit 2,2 Mio. Unique User die höchste Reichweite. Den höchsten Anteil an der Nutzungsdauer hat die Mediathek TV Now.
- > Reichweitenstärkstes Internetportal von ProSiebenSat.1 ist ebenso ein Wetterportal, nämlich wetter.com mit 4,3 Mio. Unique User.

# Nutzung von Online-Angeboten der ARD/DLR/DW

Reichweite (Unique User) in Tsd.

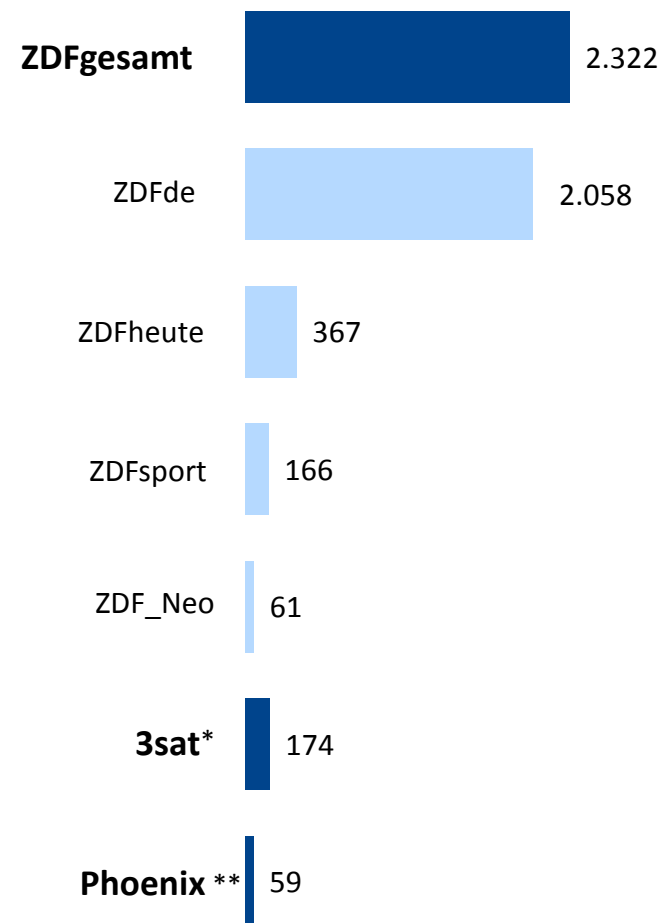


Anteil an der Nutzungsdauer (Total Minutes) in %

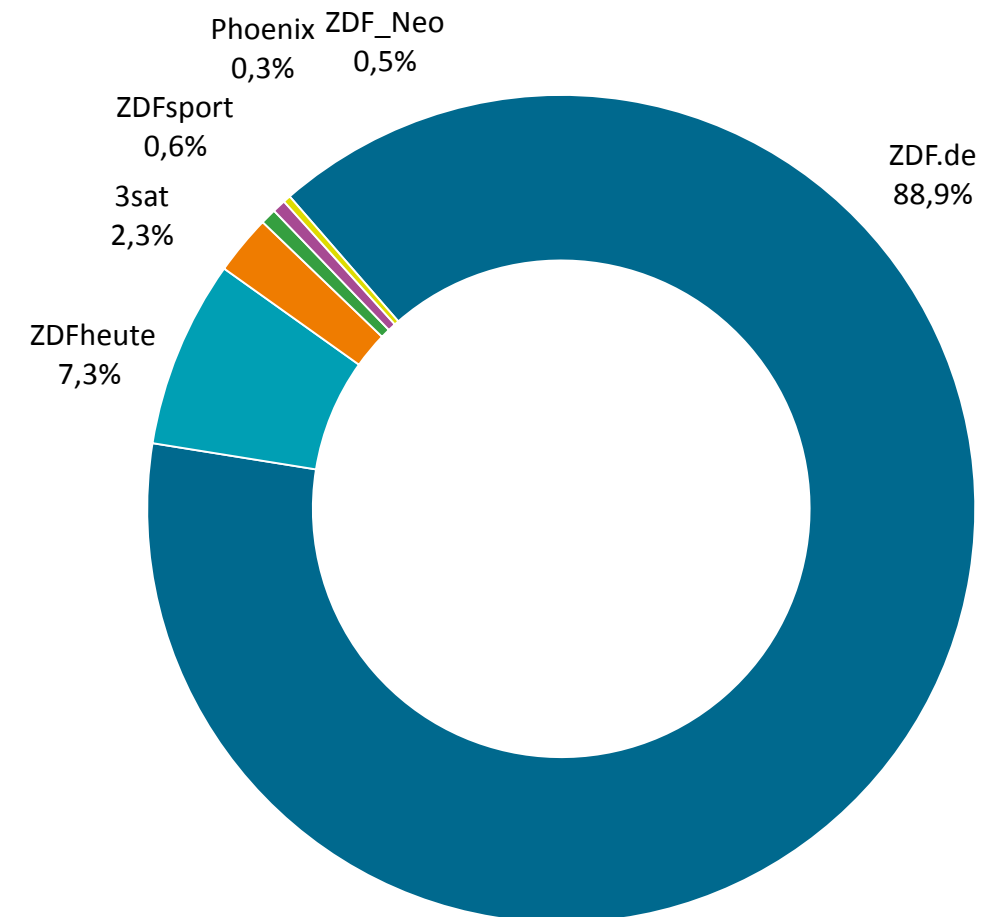


# Nutzung von Online-Angeboten des ZDF Verbunds

Reichweite (Unique User) in Tsd.



Anteil an der Nutzungsdauer (Total Minutes) in %

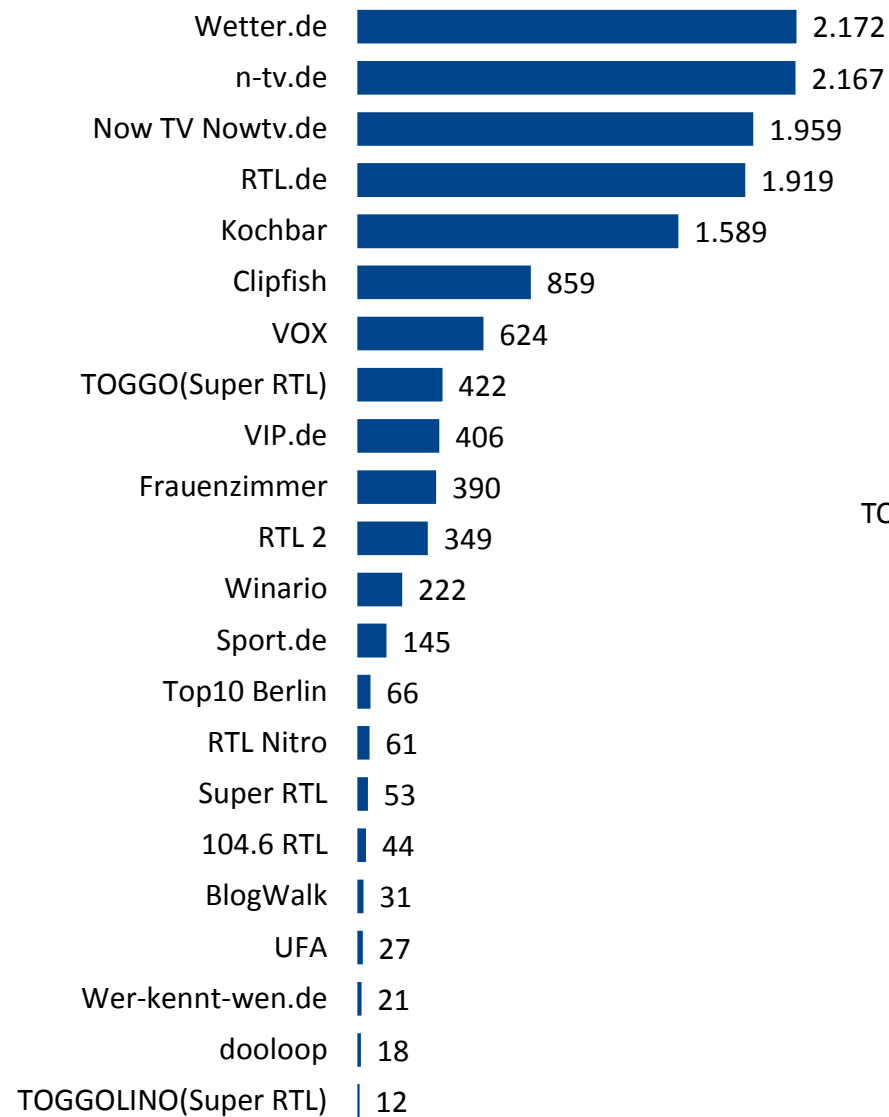


\*) in Kooperation von ZDF, ORF, Schweizer Radio und Fernsehen, ARD

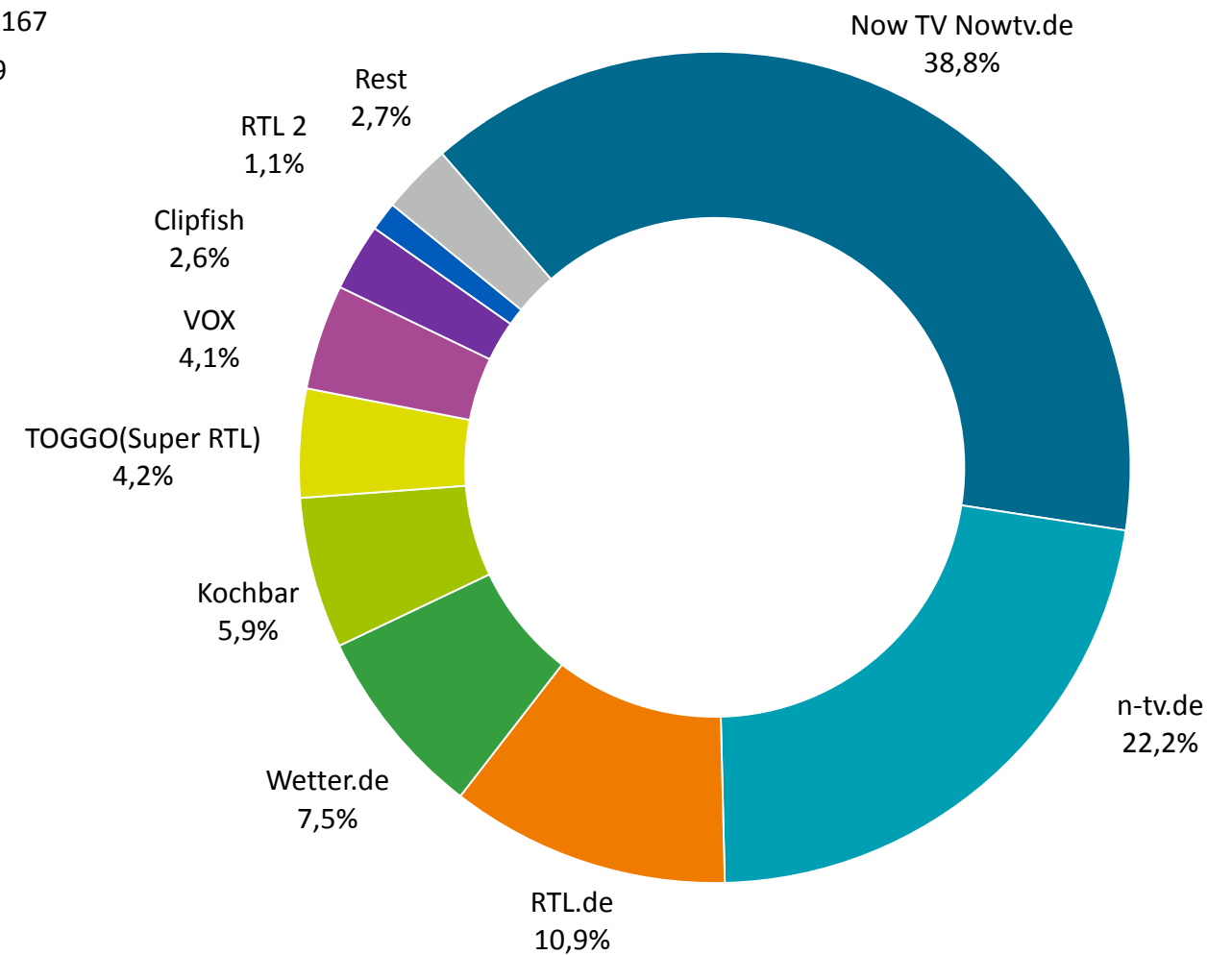
\*\*\*) in Kooperation von ARD und ZDF

# Nutzung von Online-Angeboten von RTL Network

Reichweite (Unique User) in Tsd.

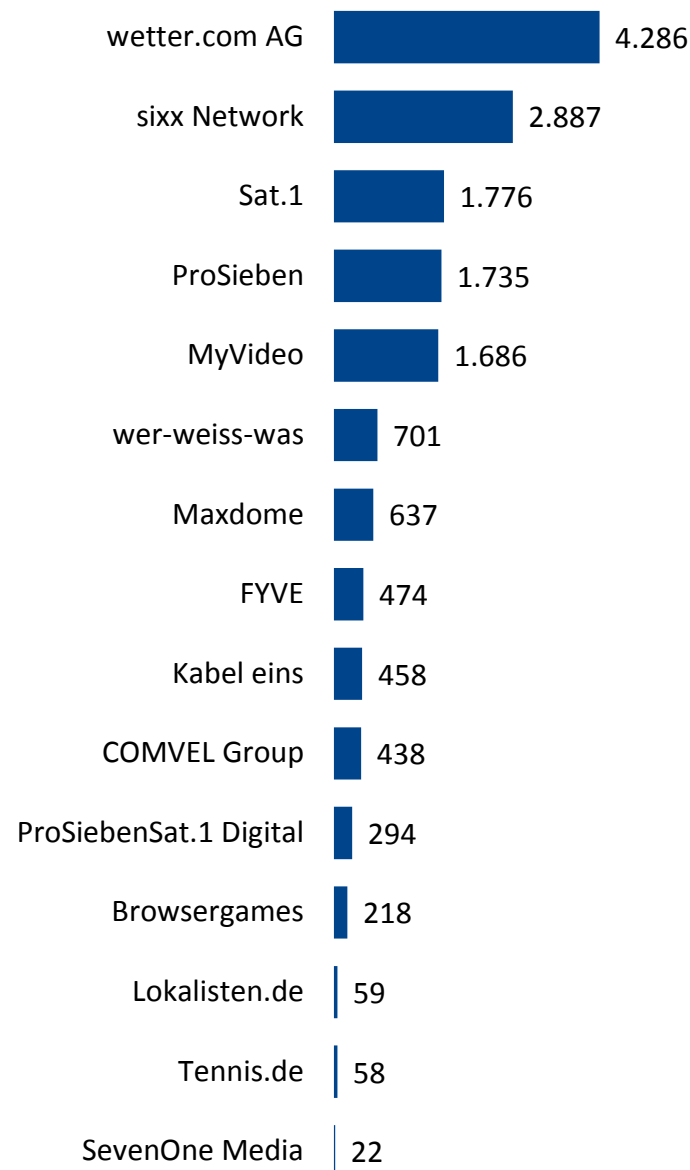


Anteil an der Nutzungsdauer (Total Minutes) in %

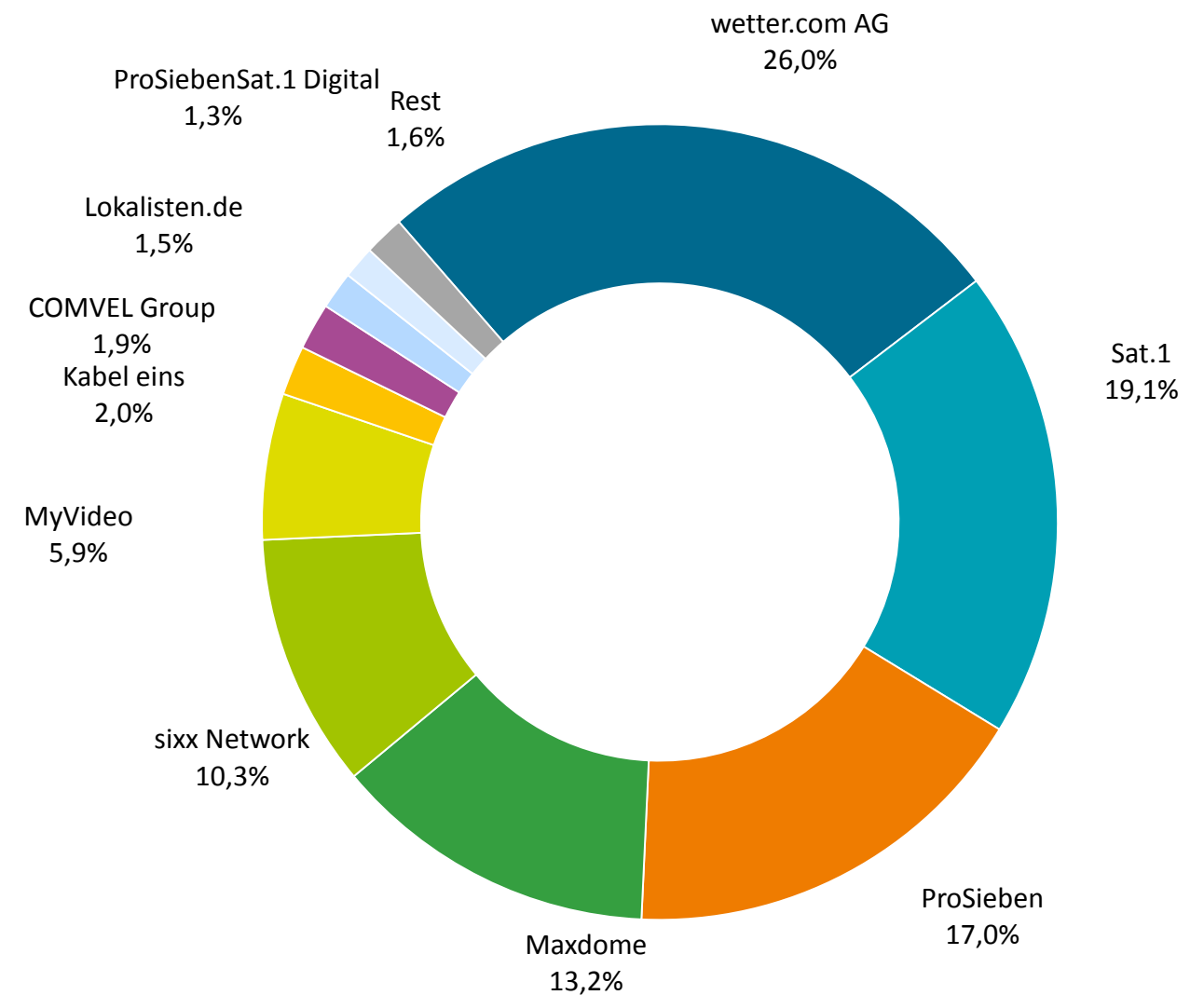


# Nutzung von Online-Angeboten von ProSiebenSat.1

Reichweite (Unique User) in Tsd.



Anteil an der Nutzungsdauer (Total Minutes) in %





# Eckdaten der Internetnutzung

## Allgemeine Eckdaten Mai 2016

## Eckdaten der Internetnutzung

- > 66,2 Millionen Personen in Deutschland (81,5 Prozent der Bevölkerung) verfügten im Mai 2016 über die technische Möglichkeit, über einen PC im Internet zu surfen.
- > 54,2 Millionen Personen (66,3 Prozent der Bevölkerung) ab 3 Jahren in Haushalten mit Internet-Zugang haben das World-Wide-Web und/oder eine Applikation genutzt.
- > Die durchschnittliche Internet-Nutzungsdauer pro Person lag bei ca. 42 Minuten.
- > Im Vergleich zum Vorjahresmonat Mai 2015 ging die Anzahl der aktiven Nutzer zurück, die das Internet über die stationären PCs nutzen.
- > Nielsen Digital Content Measurement wertet nur die stationäre Internetnutzung aus. Mobile Internetnutzer, die über Smartphones oder Tablet PCs im Internet surfen, werden nicht berücksichtigt.

## Eckdaten der Internetnutzung

	Mai 2015	Mai 2016	Veränderung in %
Active Digital Media Universe (in Mio.)	59,4	54,2	-8,7
Current Digital Media Universe Estimate (in Mio.) (verfügen über einen PC mit Internetzugang)	67,8	66,2	-2,4
Session/Visits pro Person	39	34	-12,8
Besuchte Domains pro Person	64	58	-9,4
Page Views pro Person	1.239	941	-24,1
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	00:52:09	00:41:47	-19,9
Nutzungsdauer pro Web-Seite	00:01:11	00:01:15	5,6
Anzahl Personen im Nielsen Online-Panel	17.671	19.717	11,6

## Nutzung der Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet

- > Gemessen an der Unique Audience wird die Liste der Top 50 Seiten im Internet im Mai 2016 von Google angeführt, dessen Reichweite 39,2 Mio. Unique User betrug. Das entspricht einem Anteil von 72,3 Prozent aller aktiven Internetnutzer.
- > Fast jeder zweite Internetnutzer besuchte mindestens einmal das Online-Angebot Amazon, das mit einer Reichweite von 24,3 Mio. Unique User Platz zwei in diesem Ranking erreicht.
- > Das soziale Netzwerk Facebook verzeichnete eine Nutzerzahl von fast 19,0 Mio. Unique User und landet damit auf Platz sechs der reichweitenstärksten Online Angebote.
- > Die Videoplattform YouTube erzielte eine Reichweite von 17,1 Mio. Unique User, die im Laufe des Monats durchschnittlich über 2 Stunden auf der Plattform verbrachten.
- > Unter den Top 15 der reichweitenstärksten Marken im Internet sind sieben deutsche Marken vertreten. Gemessen an der Reichweite ist T-Online das erfolgreichste deutsche Angebot. Mit 12,9 Mio. Unique User belegt es den achten Rang. Die Angebote von Web.de (11,6 Mio. Nutzer) und Gruner + Jahr Publishing Network (11,2 Mio. Nutzer) erreichen die Plätze 10 und 11. Gutefrage.net weist 10,7 Mio. Nutzer auf. Burda Consumer Tech Group erreicht eine Reichweite von 10,5 Mio. Unique User. Platz 14 nehmen die Angebote der RTL-Mediengruppe mit einer Nutzerzahl von 8,7 Mio. Unique User ein, gefolgt von GMX mit 8,5 Unique User.

## Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
1	Google	39.214	72,3	3.830.324	01:37:40
2	Amazon	24.296	44,8	1.344.112	00:55:19
3	MSN/Outlook/Bing/Skype	23.226	42,8	1.800.744	01:17:31
4	Microsoft	21.078	38,9	735.690	00:34:54
5	eBay	19.124	35,3	2.235.705	01:56:54
6	Facebook	18.993	35,0	6.569.786	05:45:54
7	YouTube	17.144	31,6	2.755.818	02:40:44
8	T-Online	12.884	23,8	1.145.183	01:28:52
9	Wikipedia	12.585	23,2	229.062	00:18:12
10	Web.de	11.579	21,4	1.189.362	01:42:43
11	Gruener + Jahr Publishing Network	11.220	20,7	248.955	00:22:11
12	gutefrage.net	10.711	19,8	90.563	00:08:27
13	Burda Consumer Tech Group	10.530	19,4	129.658	00:12:18
14	RTL Network	8.718	16,1	196.122	00:22:29
15	GMX	8.531	15,7	811.500	01:35:07
16	eBay Kleinanzeigen	8.243	15,2	401.978	00:48:45
17	PayPal	8.108	15,0	66.955	00:08:15
18	Sparkassen	7.891	14,6	319.359	00:40:28
19	FOCUS Online	6.812	12,6	107.306	00:15:45
20	Apple	6.242	11,5	174.405	00:27:56
21	Bild.de	6.241	11,5	435.307	01:09:44
22	DHL	5.517	10,2	71.610	00:12:58
23	Computerbild	5.513	10,2	56.016	00:10:09
24	Yahoo	5.402	10,0	398.506	01:13:46
25	Blogger	5.308	9,8	78.066	00:14:42

## Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
26	OTTO	5.289	9,8	111.098	00:21:00
27	Videolan	5.285	9,7	548.633	01:43:48
28	SPIEGEL ONLINE	4.888	9,0	216.933	00:44:22
29	Telekom Deutschland	4.884	9,0	44.119	00:09:01
30	Dropbox	4.876	9,0	37.963	00:07:47
31	Idealo	4.697	8,7	43.248	00:09:12
32	AOL Media Network	4.672	8,6	254.337	00:54:26
33	Das Örtliche	4.488	8,3	31.204	00:06:57
34	wetter.com AG	4.286	7,9	80.020	00:18:40
35	DB Bahn	4.285	7,9	200.948	00:46:53
36	Lidl	4.112	7,6	50.473	00:12:16
37	Vodafone	3.963	7,3	67.288	00:16:58
38	Adobe	3.937	7,3	35.122	00:08:55
39	OneDrive	3.926	7,2	8.031	00:02:02
40	xHamster	3.923	7,2	264.932	01:07:32
41	ImmobilienScout24	3.902	7,2	129.685	00:33:14
42	Mode Media Germany Websites	3.866	7,1	63.959	00:16:32
43	DasTelefonbuch	3.858	7,1	14.787	00:03:49
44	Giga Netzwerk	3.842	7,1	19.368	00:05:02
45	PAYBACK	3.815	7,0	47.851	00:12:32
46	Steam	3.720	6,9	328.135	01:28:12
47	Georg von Holtzbrinck Publishing Network	3.718	6,9	60.036	00:16:08
48	Bon Prix	3.629	6,7	100.815	00:27:46
49	Tomorrow Focus AG	3.612	6,7	42.550	00:11:46
50	Deutsche Universitäten	3.609	6,7	128.553	00:35:37